

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sekarang ini media massa merupakan alat kebutuhan pokok manusia hal ini terbukti bahwa keberadaanya tidak dapat terpisahkan dari rutinitas manusia itu sendiri. Dari media massa manusia memperoleh informasi apa saja yang ingin diketahuinya, bahkan memberikan hiburan untuk melepas penat setelah menjalani rutinitas kehidupan kesehariannya. Begitu pentingnya keberadaan media massa ditengah masyarakat, menjadikannya tumbuh seiring dengan perkembangan jaman dan perkembangan teknologi komunikasi itu sendiri. Media massa yang berkembang dan yang menjadi trend pilihan masyarakat sekarang ini meliputi televisi, film, internet, surat kabar, majalah, radio, dan sebagainya.

Salah satu perkembangan media massa yang memberikan hiburan kemudian dikemas secara dinamis seiring perkembangan jaman adalah film. Film adalah gambar hidup juga sering disebut *movie*, film secara kolektif merupakan media visual yang bergerak dengan gambar, simbol, dan tanda-tanda visual (Onong, 2001: 17).

Sebagian besar penggunaan media dapat menjadi kegiatan sosial atau tidak tergantung pilihan seseorang, tergantung pada sumber-sumber di kehidupan nyata yang kita miliki (berhubungan dengan uang, mobilitas, teman yang tersedia, dan kontak sosial). Dengan memberikan substitusi bagi

kontak sosial di 'kehidupan nyata' yang mungkin saja tidak tersedia, terutama dalam kehidupan perkotaan modern, media (film) sering kali membantu untuk mengurangi kesepian dan stress karena isolasi (McQuails, 2011: 189).

Penyampaian pesan melalui film dapat dikomunikasikan melalui tema film itu sendiri. Juga penokohan dan jalan ceritanya baik secara implisit maupun eksplisit. Didukung dengan gambar dan suara mampu membawa penonton terbawa dalam sajian alur film tersebut. Sehingga maksud yang ingin diutarakan dalam film tersebut mampu terespon baik dibenak penonton (Seno, 2000: 6).

Sebagai gambar yang bergerak, film adalah reproduksi dari kenyataan seperti adanya. Ketika film ditemukan, orang datang berbondong-bondong ke gedung bioskop hanya untuk melihat bagaimana kenyataan ditampilkan kembali sama persis dengan realitas yang terjadi di depan matanya sendiri (Seno, 2002: 44).

Begitu besar pengaruh film terhadap jiwa manusia oleh karena itu film menjadi media yang memberikan efek yang besar dalam merubah pola pikir manusia. Dalam hal ini, diperlukan keahlian para pembuat film untuk menimbulkan emosi penonton. Teknik perfilman, baik peralatan maupun pengaturannya telah berhasil menampilkan gambar-gambar yang semakin mendekati kenyataan. Dalam suasana gelap di bioskop itu penonton menyaksikan suatu cerita seolah-olah benar-benar terjadi di hadapannya (Onong, 1981: 191).

Karena unsur-unsur yang sama dalam kehidupan sebenarnya seakan-akan para penikmat film menganggap bahwa film yang mereka lihat adalah nyata dan dapat dirasakan sesuai dengan keadaan mereka saat itu. Artinya film selalu mempengaruhi dan membentuk masyarakat berdasarkan muatan pesan dibalikinya tanpa pernah berlaku sebaliknya (Sobur, 2003: 127).

Film termasuk komunikasi massa, sistem komunikasi massa Islam adalah menyampaikan informasi kepada pendengar, pemirsa atau pembaca tentang perintah dan larangan Allah SWT. (Al-Qur'an dan Hadis Nabi). Pada dasarnya agama sebagai kaidah dan sebagai perilaku adalah pesan (informasi) kepada warganya agar berperilaku sesuai dengan perintah atau larangan Tuhan (Muis, 2006: 5).

Sebagai pemeluk agama Islam dakwah menjadi suatu keharusan dalam mengemban agama Islam. Kaum muslimin wajib mengubah keadaan mereka tatkala kekufuran merajalela. Dakwah merupakan ajakan, untuk mengajak manusia manusia ke jalan Allah agar selamat dunia dan akhirat (Mubarak, 17: 2001).

Dakwah, baik sebagai gagasan maupun sebagai kegiatan, sangat terkait dengan ajaran *amar ma'ruf nahi munkar* (menyuruh untuk mengerjakan kebaikan dan kebajikan dan melarang atau mencegah untuk melakukan keburukan atau kemungkaran). Dakwah adalah amar ma'aruf nahi munkar merupakan kewajiban bagi umat Islam, hal tersebut terdapat dalam Al-Qur'an:

“Dan hendaklah ada diantaramu segolongan umat yang mengajak pada kebaikan dan memerintah yang ma'ruf dan mencegah

kemungkaran. Mereka adalah orang-orang yang bahagia”(QS. Ali Imran: 110).

Dakwah ibarat lentera kehidupan, yang memberi cahaya dan menerangi hidup manusia dari nestapa kegelapan. Tatkala manusia dilanda kegersangan spiritual, dengan rapuhnya akhlak, sehingga agama Islam melenceng dari kai'dah-kai'dahnya dengan demikian dakwah diharapkan mampu memberi cahaya terang maraknya berbagai kemusyrikan, kerusakan, kecurangan, dan sederet tindakan tercela lainnya dapat dicegah atau diminimalisir dengan dakwah Islam (Hamdan, 2001: 3).

Dakwah sebagai ide dan gerakan yang menekankan prinsip *amar ma'ruf nahi mungkar* dapat memasuki wilayah spektrum kegiatan manusia yang sangat luas dan kompleks seperti bidang keimanan. Dakwah memiliki peran penting guna menemukan kembali fitrah manusia sebagai makhluk ciptaan Allah Swt. Dakwah yang baik bukanlah dakwah yang bersifat menggurui melainkan bagaimana pesan yang terkandung dalam Al-Quran melalui dakwah dapat menggugah kesadaran dan menggerakkan partisipasi khalayak pendengarnya (Daulay, 2001: 5).

Salah satu film yang mengangkat tema dakwah adalah film Sang Pencerah. Film ini diproduksi tahun 2010 produser Raam Punjabi, produksi Mvp Pictures dan disutradarai oleh Hanung Bramantyo. Film berdurasi 1 jam 55 menit ini mengangkat tema cerita tentang agama Islam yang melenceng dari kai'dah-ka'idahnya. Dalam film tersebut banyak sekali aroma kekentalan agamanya terutama Islam yang menjadi agama yang paling banyak dipeluk

oleh masyarakat. Namun agama yang dianut oleh masyarakat terutama Islam ini masih banyak yang aneh dan sarat dengan kemusyrikan.

Dakwah merupakan *amar ma'ruf nahi munkar* hal itu merupakan perjuangan di jalan Allah dan mengajak kepada umat dengan cara yang baik, menanggapi pihak yang kontra dengan cara yang bijaksana, dan tidak mengajak mereka dengan tata cara yang mengikat. Untuk melunakkan hati cukup memberikan ungkapan yang menarik, janganlah mendahului Allah akan sesuatu hal tanpa pengetahuan yang benar (Zahrah, 1994: 146).

Karena hal tersebut sudah difirmankan Allah dalam Al-Qur'an surat Al-an'am 108 "Dan janganlah kamu memakai sembah-sembahanmu yang mereka sembah selain Allah karena mereka nanti akan memaki Allah dengan melampaui batas tanpa pengetahuan. Demikianlah, Kami jadikan setiap umat menganggap baik pekerjaan mereka. Kemudian kepada Tuhan tempat kembali mereka, lalu Dia akan memberitahukan kepada mereka apa yang telah mereka kerjakan (Dep.Ag. RI, 2002: 244).

Film Sang Pencerah menggambarkan sisi perwujudan mengembalikan ajaran Islam sesuai dengan kai'dah-kai'dahnya. K.H Ahmad Dahlan sosok pendobrak tradisi memberantas berbagai ragam tahayul, bid'ah dengan tidak mengaitkan kegiatan keagamaan dengan memberikan sesajian entah itu dalam bentuk apapun. Pendapat beliau tentang hal tersebut adalah hal yang tidak rasional karena tidak jelas untuk siapa sesajian itu diberikan, dan hal tersebut dapat menimbulkan kemusyrikan. Pembetulan arah kiblat sholat juga tidak luput dari gebrakan K.H Ahmad Dahlan sebab dalam menentukan arah kiblat sholat penduduk setempat tidak sesuai dengan perintah Allah Swt.

Film Sang Pencerah dijadikan sebagai objek penelitian karena masih banyak masyarakat Indonesia yang melakukan ibadah sholat namun juga rajin

memberikan sesajian terhadap tempat-tempat tertentu yang mereka anggap kermat atau angker dan mempunyai kekuatan supranatural yang bisa membuat seseorang mendapatkan keberuntungan atau musibah (Darban, 2005: 71).

Dalam Al-qur'an tercantum :

“Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik, dan berdebatlah dengan mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu, Dialah yang lebih mengetahui siapa yang sesat dari jalanNya dan Dialah yang mengetahui siapa yang mendapat petunjuk”.(QS. An- Nahl: 125).

Penelitian ini menggunakan beberapa aspek dakwah yang dijadikan peneliti untuk unit yang akan diteliti adapun aspek dakwah tersebut adalah Aqidah, Ibadah, Muamalah, dan Akhlak. Aqidah adalah berpangkal dari keyakinan “Tauhid” tidak ada yang menyekutuiNya baik dalam zat, sifat-sifat maupun perbuatanNya (Basyir, 1988:43). Pengertian Ibadah yaitu taat, tunduk, taat disini berarti menaati perintahNya. Sedangkan Muamalah hukum yang mengatur hubungan antara sesama manusia, hubungan dapat terjalin dalam beberapa bidang seperti dagang, pinjam meminjam, warisan dan nafkah (Mardani, 2012: 2). Akhlak yaitu sikap yang melahirkan perbuatan jika akhlak baik maka perbuatan akan menunjukkan perbuatan baik pula sesuai dengan perintah Allah Swt. Jika akhlak tidak terpuji maka akan berkelakuan sebaliknya.

Penelitian ini menggunakan analisis isi dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, unit analisis dalam penelitian ini adalah jumlah frekuensi yang mengandung pesan dakwah dalam film Sang Pencerah.

Analisis isi merupakan metode yang tepat untuk menghasilkan data secara kuantitatif, yaitu mendeskripsikan hasil penelusuran informasi ke fakta yang diolah menjadi data serta menghasilkan perhitungan obyektif dalam penelitian ini pesan dakwah islam dalam film Sang Pencerah (Rakhmat, 1998: 24).

B. Rumusan Masalah

Bagaimana kecenderungan pesan dakwah Islam yang terkandung dalam film Sang Pencerah?

C. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui kecenderungan pesan dakwah Islam yang terdapat dalam film Sang Pencerah.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu menambah pengetahuan dan sebagai bahan pertimbangan dan perkembangan untuk penelitian yang sejenis.

2. Manfaat Akademis

Memberikan sumbangan terhadap kajian pesan sosial tentang aspek dakwah. Sekaligus mendorong munculnya kajian penelitian yang sejenis dan dapat memberikan variasi terhadap permasalahan ini.

3. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan akan memberikan wacana kepada khalayak akademisi dan masyarakat pada umumnya tentang kehidupan beragama lewat nilai-nilai yang terkandung dalam penelitian ini.

E. Kerangka Teori

1. Definisi Komunikasi

Istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris *communication* berasal dari kata latin *communicatio*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. *Sama* di sini maksudnya adalah *sama makna*. Komunikasi dapat terjalin jika dua orang terlibat dalam percakapan, maka komunikasi akan terjadi atau berlangsung selama ada persamaan makna mengenai apa yang ucapkan. Kesamaan bahasa yang dipergunakan dalam percakapan itu belum tentu menimbulkan kesamaan makna. Dengan kata lain perkataan, mengerti bahasanya saja belum tentu mengerti makna yang disampaikan oleh bahasa itu sendiri. Jelas bahwa percakapan kedua orang tadi dapat dikatakan *komunikatif* apabila kedua-duanya, selain mengerti bahasa yang dipergunakan, juga mengerti makna dari bahan yang dipercekapkan (Onong, 2001: 9).

Pentingnya komunikasi bagi kehidupan sosial, budaya, pendidikan, dan politik sudah didasari oleh para cendekiawan sejak Aristoteles yang hidup ratusan tahun sebelum masehi. Akan tetapi studi Aristoteles hanya berkisar pada *retroika* dalam lingkungan kecil. Baru pada pertengahan

abad ke-20 ketika dunia dirasakan semakin kecil akibat revolusi industri dan revolusi teknologi elektronik, setelah ditemukan kapal api, pesawat terbang, listrik, telepon, surat kabar, film, radio, televisi dan sebagainya maka para cendekiawan pada abad sekarang menyadari pentingnya komunikasi ditingkatkan dari pengetahuan (*Knowledge*) menjadi ilmu (*Science*) (Onong, 2001: 9).

Komunikasi terbagi menjadi menjadi dua tahap, yakni secara primer dan secara sekunder, Komunikasi primer adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (*symbol*) sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, kial, isyarat, gambar, warna dan lain sebagainya yang secara langsung mampu “menerjemahkan” pikiran atau perasaan komunikator kepada komunikan. Berdasarkan paparan diatas, pikiran atau perasaan seseorang baru akan diketahui oleh dan akan ada dampaknya kepada orang lain apabila ditransmisikan dengan menggunakan media sekunder “tersebut”, yakni lambang-lambang. Dengan perkataan lain, pesan (*message*) yang disampaikan komunikator kepada komunikan terdiri atas simbol (Onong, 2001: 12).

Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai medianya. Seorang komunikator menggunakan media kedua dalam melancarkan komunikasinya karena komunikan sebagai

sasarannya berada di tempat yang relatif jauh dan jumlahnya banyak. Pentingnya peranan media yakni media sekunder, dalam proses komunikasi, disebabkan oleh efisiennya dalam mencapai komunikan (Onong, 2001: 12).

Umpan balik memainkan perananan yang amat penting dalam komunikasi sebab menentukan berlanjutnya komunikasi atau berhentinya komunikasi yang dilancarkan oleh komunikator. Oleh karena itu, umpan balik bisa bersifat positif dan dapat pula bersifat negatif. Umpan balik positif adalah tanggapan atau respons komunikan yang menyenangkan komunikator sehingga komunikasi berjalan secara lancar. Sebaliknya umpan balik negatif adalah tanggapan komunikan yang tidak menyenangkan komunikatornya sehingga komunikator sungkan untuk melanjutkan komunikasinya (Onong, 2001: 14).

Umpan balik secara verbal adalah tanggapan komunikan yang dinyatakan dengan kata-kata, baik secara singkat maupun secara panjang lebar. Umpan balik nonverbal adalah tanggapan komunikan yang dinyatakan bukan dengan kata-kata. Komunikan yang menganggukkan kepala berarti setuju, sebaliknya jika menggelengkan kepala berarti tidak setuju. Umpan balik yang dipaparkan tersebut adalah umpan balik yang disampaikan oleh komunikan. Dengan kata lain umpan balik yang timbul dari luar diri komunikator. Oleh karena itu, umpan balik jenis ini disebut umpan balik eksternal (*eksternal feedback*) (Onong, 2001: 15).

Film sering digunakan untuk media komunikasi yang praktis dan efisien dalam mencapai komunikan dalam jumlah yang banyak. Media film ini jelas efisien karena dalam menyampaikan isi dari film tersebut bukan saja jutaan , bahkan puluhan juta jika khalayak berbondong-bondong ke bioskop atau menyaksikan film tersebut (Onong, 2001: 16).

Film merupakan produk komunikasi massa karena memiliki cirri dari komunikasi massa dimana film merupakan media komunikasi yang bersifat satu arah. Film juga merupakan bagian dalam komunikasi massa karena pengaruh jangkaunya yang dapat diterima khalayak dalam jumlah yang banyak (Effendy, 2001: 21).

Kekuatan dan kemampuan film menjangkau segmen sosial, karena film memiliki potensi untuk mempengaruhi khalayaknya. Film memberikan dampak yang besar terhadap masyarakat, hubungan antara film dan masyarakat selalu dipahami secara linier, artinya film selalu mempengaruhi dan membentuk masyarakat berdasarkan muatan pesan dibaliknya, tanpa pernah berlaku sebaliknya. Kritik yang muncul terhadap perspektif ini didasarkan atas argumen bahwa film adalah potret dari kehidupan masyarakat (Irwanto dalam Sobur, 2004: 127).

2. Film Sebagai Alat Komunikasi Massa

Proses komunikasi pada dasarnya adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan oleh seseorang , dalam hal ini komunikator, kepada orang lain yang disebut komunikan. Kedua hal tersebut hubungannya

mempunyai sifat bergantung karena komunikasi akan terwujud dengan mengaplikasikan kedua hal tersebut.

Dalam buku *Communicologi: an Introduction to the Study of communication* Joseph A. Devito menampilkan definisinya mengenai komunikasi massa dengan lebih tegas yakni:

Pertama, komunikasi massa adalah komunikasi yang ditujukan kepada massa, kepada khalayak yang luar biasa banyaknya, ini tidak berarti bahwa khalayak meliputi seluruh penduduk atau semua orang yang membaca atau semua orang yang menonton televisi, agaknya ini berarti khalayak itu besar dan pada umumnya sukar untuk didefinisikan.

Kedua, komunikasi massa adalah komunikasi yang disalurkan oleh pemancar-pemancar audio dan visual. Komunikasi massa barangkali akan lebih mudah dan lebih logis bila didefinisikan menurut bentuknya seperti: televisi, film, buku, majalah, surat kabar, dan pita (Onong, 2001: 21).

Dalam proses komunikasi bahasa merupakan media primer dalam penyampaian pesan. Bahasa menduduki peran sebagai media primer karena bahasa memiliki kemampuan untuk menerjemahkan pikiran seseorang kepada orang lain. Selain bahasa, media primer lain yang digunakan dalam proses komunikasi adalah gesture, isyarat, gambar, dan warna (Onong, 2001: 12).

Komunikasi sebagai kegiatan pertukaran pesan dari sumber pesan (komunikator) kepada penerima pesan (komunikan), dapat terjadi apabila terjadi kesamaan makna mengenai suatu pesan yang disampaikan oleh komunikator dan diterima oleh komunikan harus memiliki frame of reference yang sama (Onong, 2001: 13).

Dalam ilmu komunikasi film merupakan bagian dari komunikasi massa yang tergolong baru, film juga mampu menjadi wadah untuk pendidikan kesadaran orang bahwa pendidikan makin diperlukan sehingga pendidikan komunikasi semakin meningkat, sehingga meminta penentuan sikap dari para penontonnya (Astrid, 1982: 25).

Film dikatakan bentuk media massa baru, mempunyai kekuatan yang sama dengan surat kabar atau televisi dalam hal penyampaian pesan. Film sebagaimana televisi merupakan media massa yang lengkap. Hal ini disebabkan film dan televisi menggunakan media audio visual dimana pesan yang ingin disampaikan dialirkan melalui media gambar dan suara. Komunikan akan cenderung mudah menangkap pesan yang ingin disampaikan tersebut saat pesan itu sendiri dapat dilihat dan didengar.

Film adalah salah satu media massa yang berfungsi untuk menyampaikan pesan dari komunikator (produser) kepada komunikan (penonton). Dalam menyampaikan pesan, film tidak bisa berdiri sendiri sebagai media yang benar-benar netral. Film mempunyai kekuatan untuk mengkonstruksi pesan lewat bahasa audio visual. Realitas atau fakta yang berada dalam film seolah-olah muncul sebagai representasi peristiwa yang objektif, jujur, adil, transparan. Penonton hanya menjadi mayoritas yang diam ketika menonton film. Kekuatan film sebagai media massa dibandingkan dengan jenis media massa lain adalah layar lebar,

pengambilan gambar, konsentrasi penuh dan identifikasi psikologis (Jalaludin, 1996: 188).

Film pengubah pola pikir manusia dikarenakan adanya kontak dengan dunia luar, yang mudah terjadi berkat kemajuan transportasi dan media massa, dengan sendirinya menyebabkan berbagai perubahan dalam masyarakat bersangkutan. Perubahan ini terjadi antara lain melalui ilmu pengetahuan (yang belum dialami) dan penguasaan suatu bahasa asing yang baru. Terjadilah situasi transisi pesan dari komunikator kepada komunikan (Susanto, 1982: 14).

Kekuatan dan kemampuan film menjangkau banyak segmen sosial, lantas membuat para ahli bahwa film memiliki potensi untuk mempengaruhi khalayaknya. Sejak itu, maka bermunculan berbagai penelitian yang hendak melihat dampak film terhadap masyarakat. Seperti misalnya, dapat dilihat dari sejumlah penelitian film yang mengambil berbagai topik seperti: pengaruh film terhadap anak, film dan agresifitas, film dan pendidikan (Alex, 2004: 127).

Dalam banyak penelitian tentang dampak film terhadap masyarakat, hubungan antara film dengan masyarakat selalu dipahami secara linier. Artinya, film selalu mempengaruhi dan membentuk masyarakat berdasarkan muatan pesan (*message*) dibaliknya, tanpa pernah berlaku sebaliknya. Kritik yang muncul terhadap perspektif ini didasarkan atas argumen bahwa film adalah potret dari masyarakat dimana film itu dibuat. Film selalu merekam realitas yang tumbuh dan

berkembang dalam masyarakat, dan kemudian memproyeksikannya ke atas layar (Irawanto, 1999: 13).

Film adalah gambar yang bergerak. Dalam kamus besar bahasa Indonesia dikenal dengan gambar hidup dan gerakan itulah yang merupakan unsur pemberi hidup pada suatu gambar. Film merupakan sebuah alat untuk menyampaikan pesan yang efektif dalam mempengaruhi khalayak dengan pesan-pesan yang disampaikan Alex Sobur (2003: 127).

Secara umum film dapat dibagi menjadi dua unsur pembentuk yakni, unsur naratif dan unsur sinematik. Dua unsur tersebut saling berhubungan dan berinteraksi satu sama lain untuk membentuk sebuah film. Unsur naratif merupakan bahan (materi) yang akan diolah atau diproses, sedangkan unsur sinematik terbagi menjadi empat elemen yaitu scene (segala hal yang berada di depan kamera), sinematografi, editing, dan suara (Pratista, 2008: 2).

Jenis - jenis film yang biasa diproduksi untuk berbagai keperluan yakni :

a. Film Dokumenter (*Documentary Films*)

Dokumenter adalah sebutan yang diberikan untuk film pertama karya Lumiere bersaudara yang berkisah tentang perjalanan, yang dibuat tahun 1890-an. Seorang pembuat film dan kritikus asal Inggris John Grierson, berpendapat dokumenter merupakan cara kreatif mempresentasikan realitas. Film dokumenter menyajikan realita berbagai cara dan dibuat dengan berbagai macam tujuan, seperti untuk

penyebaran informasi, pendidikan, dan propaganda bagi kelompok atau orang tertentu (Effendy, 2005: 12).

b. Film Pendek (*Short Films*)

Film pendek biasanya berdurasi kurang dari 60 menit. Di banyak Negara seperti Jerman, Australia, Kanada, dan Amerika Serikat. Jenis film ini banyak dihasilkan oleh para mahasiswa jurusan film atau orang/kelompok yang menyukai jenis film. Beberapa sekelompok orang menjadikannya laboratorium eksperimen dan batu loncatan untuk kemudian memproduksi film cerita panjang (Effendy, 2005:12).

c. Film Cerita Panjang (*Feature Length Films*)

Merupakan film dengan durasi lebih dari 60 menit, biasanya berdurasi 90-100 menit. Film yang diputar dibioskop umumnya termasuk dalam film kelompok ini. Karena waktu yang relatif lama maka diharapkan menonton dibioskop membuat imajinasi penonton dapat lebih hidup karena media dibioskop menggunakan layar lebar sehingga minat dan konsentrasi untuk menyaksikan film menjadi fokus. Film tersebut biasanya berisi tentang kisah perjalanan hidup seseorang yang berisi unsur kebudayaan, pendidikan, dan kisah kepahlawanan (Effendy, 2005: 13).

d. Iklan Televisi (*TV Commercial*)

Film ini diproduksi untuk kepentingan penyebaran informasi, baik tentang produk (iklan produk) biasanya menampilkan produk yang diiklankan. Sedangkan iklan layanan masyarakat menginformasikan

kepedulian produsen suatu produk terhadap fenomena sosial yang diangkat sebagai topik iklan tersebut (Effendy, 2005: 14).

e. Video Clip (*Music Video*)

Video clip adalah sarana bagi para produser musik untuk memasarkan produknya melalui media televisi yang melibatkan indra visual penonton dan hasilnya akan menjadi lebih hidup disamping bisa mendengarkan alunan musik, juga melihat cuplikan pada lagu tersebut (Effendy, 2005: 14).

Film sendiri merupakan produk dari komunikasi massa karena film memiliki ciri-ciri dari komunikasi massa seperti yang telah dijabarkan sebelumnya diatas, komunikasi berlangsung dari satu arah (film) kepada audience tidak mendapat *feedback* secara langsung, kedua film yang bersifat industri atau industr perfilman, ketiga film dapat dinikmati oleh semua kalangan menjadikannya bersifat heterogen.

3. Dakwah Islam

Moral Islam senantiasa menjadi senjata pendamping kepada kekuatan pertempuran dan dakwah Islamiyah. Keadilan yang dilakukan pihak yang menang terhadap kaum yang kalah. Dari jiwa-jiwa yang pasrah dan luluh itu memancar cahaya kebaikan, sedangkan dari hati yang keras membaja atau lebih dari itu akan tampil keimanan yang kuat. Perlakuan yang baik dan bijaksana yang dilakukan pihak kaum muslimin terhadap

pihak yang kalah dapat membuka hati mereka untuk menerima hidayah Islam (Abuzahrah, 1994: 7).

Dakwah merupakan komunikasi yang mempunyai ciri khusus yang bersumber dari Al-Qur'an dan hadis. Komunikasi Islam terikat pesan khusus yaitu dakwah karena Al-Qur'an adalah petunjuk bagi semesta alam yang memiliki isi peringatan untuk manusia yang beriman dan berbuat baik (Muis, 2001: 66).

Lembaga dakwah tidak hanya berpusat di masjid, kampus, forum diskusi, pengajian dan semacamnya. Dakwah harus mengalami desentralisasi kegiatan, dakwah harus berada di permukiman kumuh di mana kemiskinan struktural seakan tidak dapat terlepas. Kearifan sanalah tampaknya kegiatan dakwah atau *ukhuwah Islamiyah* harus dilangkahkan agar dapat menanggulangi gejala kekafiran yang membawa kekufuran pada lapisan bawah (Hamdan, 2001: 5).

Dakwah berasal dari bahasa Arab yang berarti memanggil, menamakan, mengundang, menyeru, mengajak untuk mencapai tujuan tertentu (Kafie, 1993: 29). Dalam Al-Quran juga dijelaskan dalam firman Allah surat :

An-Nahl ayat 125 “Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang menegteahui tentang siapa yang tersesat dari jalanNya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk” (Dep.Ag. RI, 2002: 493).

Dengan demikian, pengertian dakwah secara etimologi merupakan suatu proses penyampaian pesan-pesan tertentu yang berupa ajakan atau seruan, dengan tujuan agar orang lain memenuhi ajakan tersebut.

4. Dakwah Dalam Muhammadiyah

Muhammadiyah adalah nama gerakan Islam yang lahir di Kauman Yogyakarta pada tanggal 18 November 1912, pada waktu berdiri dan mengajukan pengesahan kepada pemerintahan Hindia Belanda memakai tanggal dan tahun Masehi. Pendiri Muhammadiyah adalah K.H Ahmad Dahlan, Muhammadiyah didirikan dalam bentuk organisasi atau perkumpulan resmi yang sering disebut “Persyarikatan”. Penggunaan kata “Muhammadiyah” bermaksud untuk menghubungkan dengan ajaran dan jejak perjuangan Nabi Muhammad. Pemilihan nama “Muhammadiyah” menurut keterangan kyai Syuja (Soeratno, 2009: 77).

Muhammadiyah dikenal sebagai gerakan dakwah, dakwah bahkan telah menjadi ikon atau identitas yang melekat kuat dengan Muhammadiyah tema dakwah yakni mengajak pada kebaikan dan mencegah pada kemungkaran menjadi ciri khas dari gerakan Islam. sebagaimana juga dakwah sangatlah luas meliputi ajaran aqidah, ibadah, muamalah, akhlaq sebagaimana pandangan Muhammadiyah mengenai ajaran Islam (Nashir, 2010: 264).

Kyai Haji Ahmad Dahlan lahir di Yogyakarta, 1 Agustus 1868, Beliau adalah seorang pendiri Muhammadiyah, ketika mendirikan

Muhammadiyah beliau berusia 44 tahun, sedangkan gagasan untuk pembaharuan mulai dirintis sejak umur 21 tahun. Nama kecil K.H Ahmad Dahlan adalah Muhammad Darwis. Beliau merupakan anak keempat K.H. Abu Bakar dan Ibunya adalah Siti Aminah yang bersaudara kandung tujuh orang. (Nashir, 2010: 112).

Sosok K.H Ahmad Dahlan dikenal sebagai perintis perubahan yang menonjolkan gerakan amaliah, selain itu dikenal sebagai penggerak perjuangan Islam yang tangguh, bervisi jauh kedepan dan menampilkan karya kepeloporan yang ulet, tangguh, dan pantang menyerah (Junus, 1968: 22).

Karya amaliah K.H Ahmad Dahlan dengan Muhammadiyah yang didirikannya sangat monumental. Artinya karya amaliah yang dirintis dan dipeloporinya selain lahir karena ruh pemahaman Islam yang sangat kuat dalam jiwanya, yang ingin memberantas berbagai macam, *khurafat, tahayul, dan bid'ah* respons terhadap tuntutan jaman, juga membawa dampak perubahan yang sangat luar biasa bagi kemajuan umat dan bangsa. Dalam hal ini dapat terdaftar sejumlah karya pembaruan atau kepeloporan K.H Ahmad Dahlan dalam merintis dan meletakkan dasar gerakan perubahan yang melahirkan Muhammadiyah (Nashir, 2010: 118).

Dalam ranah sosiologis, K.H Ahmad Dahlan menamai dan memilih istilah Muhammadiyah tidak bermaksud untuk mengembangkan orientasi pada golongan yang mempersempit keislaman. Dengan nama Muhammadiyah tersebut sesungguhnya tidak terkandung konotasi

orientasi golongan karena siapapun yang mengikuti jejak Nabi Muhammad secara umum berarti Muhammadiyah atau pengikut Nabi Muhammad (Nashir, 2010: 20).

Materi dakwah sebagai pesan dakwah merupakan isi atau ajakan, anjuran dan ide gerakan dalam rangka mencapai tujuan dakwah itu sendiri. Sebagai isi ajakan dan ide gerakan dimaksudkan agar manusia mampu menerima dan memahami serta melaksanakan ajaran tersebut. Sehingga ajaran Islam dapat diamalkan sebagai pedoman kehidupan sehari-hari. Secara global dapat dikatakan bahwa materi dakwah dapat diklasifikasikan menjadi empat hal pokok, yakni : Tentang aqidah (ajaran tentang kepercayaan yang dianut), ibadah (ajaran yang berhubungan dengan peraturan dan tata cara manusia dengan Tuhan), muamalah (hubungan dengan pembinaan masyarakat), dan akhlaq (hubungan pembentukan sikap dan budi pekerti).

a. Bidang Aqidah

Aqidah adalah berpangkal pada keyakinan “Tauhid” yaitu tentang wujud Allah, Tuhan Yang Maha Esa, tidak ada yang menyekutuiNya, baik dalam zat, sifat-sifat maupun perbuatanNya (Basyir, 1988: 43). Ditautkan dengan rukun iman yang menjadi asas seluruh ajaran islam karena kedudukannya sangat sentral dan fundamental.

Pokok- pokok keyakinan Islam terangkum dalam istilah Rukun Iman. Pokok-pokok keyakinan ini merupakan asas seluruh ajaran Islam, dimulai dari keyakinan kepada Allah, Tuhan Yang Maha Esa,

lalu keyakinan kepada malaikat-malaikat, keyakinan kepada kitab-kitab suci, keyakinan pada para Nabi dan Rasul Allah, keyakinan pada Hari akhir, dan keyakinan pada kada dan kadar Allah. Pokok-pokok keyakinan atau Rukun Iman ini merupakan akidah Islam (M. Daud 2010: 200).

b. Bidang ibadah

Ibadah adalah segala bentuk perintah dan larangan syariat yang mengatur hubungan seseorang muslim dengan Tuhannya dengan menjalankan atau menaati perintah-perintahNya dan menjahui seluruh laranganNya. Allah berfirman dalam Al-Qur'an surat Adz-Dzariyat *“Tidaklah aku menciptakan jin dan manusia kecuali untuk beribadah kepadaKu”* (QS Adz-Dzariyat 51-56).

Ibadah dalam makna taat atau menaati (perintah). Dilihat dari pelaksanaannya, ibadah dapat dibagi menjadi tiga, yakni:

- 1) Ibadah jasmaniah- rohaniah, yaitu ibadah yang merupakan perpaduan jasmani dan rohani, seperti misalnya, shalat dan puasa.
- 2) Ibadah rohiah dan maliah (harta) yaitu ibadah perpaduan rohani dan harta seperti zakat.
- 3) Ibadah jasmaniah, rohiah dan maliah (harta) sekaligus, contohnya ibadah haji.

Ibadah, karena itu dilihat dari segi kepentingannya, menyangkut kepentingan perorangan, seperti ibadah shalat dan puasa, dan

menyangkut kepentingan masyarakat, misalnya zakat dan haji (ensiklopedia Islam, 1993: 143).

Dilihat dari segi bentuk dan sifatnya, ibadah dapat dibagi ke dalam lima kategori, yaitu:

- 1) Ibadah dalam bentuk perkataan atau lisan, seperti berzikir, berdoa, memuji Allah dengan mengucapkan Alhamdulillah, dan membaca Al-quran.
- 2) Ibadah dalam bentuk perbuatan yang tidak ditentukan bentuknya, seperti misalnya, membantu atau menolong orang lain, seperti mengurus jenazah.
- 3) Ibadah dalam bentuk pekerjaan yang telah ditentukan wujudnya seperti shalat, puasa, zakat, dan haji.
- 4) Ibadah yang cara dan pelaksanaannya berbentuk menahan diri, seperti puasa, *iktikaf* (berada dalam masjid dengan niat melakukan ibadah). *Ihram* (siapa dalam keadaan suci untuk melakukan ibadah haji atau umrah)
- 5) Ibadah yang sifatnya menggugurkan hak, misalnya memaafkan orang lain yang telah melakukan kesalahan atau membebaskan orang yang berhutang dari kewajiban membayar.

Dari uraian diatas, jelas bahwa ibadah adalah sari ajaran Islam berupa pengabdian atau penyerahan diri kepada Allah (Ensiklopedi Islam, 1993: 143-144).

c. Bidang muamalah

Muamalah adalah aturan agama yang mengatur hubungan manusia dengan kehidupannya, dapat ditemukan antara lain dalam hukum Islam tentang mata pencaharian dan rezeki yang dihalalkan dan yang diharamkan (Zuhdi, 1993: 3).

Muamalah memiliki ruang lingkup yang sangat luas sebab dapat mengenai segala aspek kehidupan manusia. Misalnya bidang agama, politik, hukum, ekonomi, pendidikan, dan sebagainya.

Ruang lingkup muamalah terbagi menjadi dua bagian, sebagai berikut:

- 1) *Al-muamalah al-Madiyah* adalah muamalah yang bersifat kebendaan, yaitu objek fiqh muamalah adalah benda atau barang yang dihalalkan, dan benda atau barang yang mendatangkan kemudahan bagi manusia.
- 2) *Al-muamalah al- Abadiyah* adalah muamalah yang ditinjau dari segi cara tukar-menukar benda yang bersumber dari panca indra manusia, yang unsur penegaknya adalah hak-hak dan kewajiban-kewajiban, misalnya mempunyai sifat jujur, keikhlasan dari kedua belah pihak, dan ijab Kabul (Suhendi, 2008: 19).

Pembagian tersebut pada dasarnya bertujuan agar dalam bermuamalah seorang muslim tidak hanya untuk memperoleh keuntungan semata, akan tetapi secara vertikal bertujuan memperoleh

ridha Allah SWT dan secara horizontal bertujuan menanamkan etika bermuamalah (Mardani, 2012: 44).

d. Bidang akhlak

Akhlak berarti budi pekerti, perangai, tingkah laku atau tabi'at (Jatmika, 1987: 25). Dalam kepustakaan, akhlaq diartikan juga sikap yang melahirkan perbuatan.

Budi pekerti, perangai, tingkah laku atau tabi'at, kita ketahui maknanya dalam percakapan sehari-hari namun, agar lebih jelas, tidak ada salahnya kalau dituliskan juga diantaranya dalam uraian ini. Budi pekerti adalah kata majemuk perkataan budi dan pekerti, gabungan kata yang berasal dari bahasa sansekerta dan bahasa Indonesia. Dalam bahasa sansekerta budi artinya alat kesadaran (batin), sedang dalam bahasa Indonesia pekerti berarti kelakuan (Daud 2010: 345).

5. Tujuan Dakwah

Kompetensi dan potensi untuk belajar dan melaksanakan perintah agama memang berkembang, tetapi belum sepenuhnya sendi-sendi keberagaman bisa saja dipahami secara baik, akan tetapi bisa dalam hal yang perlu menjadi perhatian bersama. Dakwah yang selalu terpusat pada posisi para da'i atau ustadz memang menjadi suatu hal yang tidak bisa dihindarkan. Tetapi, membiarkan dan melanggengkan umat hanya sebagai penerima pasif semua informasi keberagaman yang disampaikan, meniscayakan bias tertentu. Situasi semacam ini akan lebih terasa tatkla

secara kultural kita menyadari bahwa konstelasi kehidupan kita secara keseluruhan tengah dan akan terus berubah (Jabrohim, 2010: 6).

Sekarang dakwah yang lebih bermakna memang harus diciptakan dan dirancang secara kreatif, serta disiapkan dan diperuntukkan bagi berbagai segmen umat. Dengan demikian dapat berharap banyak karena proses dakwah diharapkan pula membawa serta interaksi dan negosiasi bagi penciptaan arti dan konstruksi makna keberagaman yang sah tidak hanya dalam diri setiap segmen umat/individu yang terlibat, tetapi juga bagi juru dakwah dalam konteks inilah dakwah akan menemukan signifikansi dan relevansinya (Jabrohim, 2010: 34).

Menurut Hafidz Abdurahman, dalam buku diskursus Islam politik dan spiritual, bahwa tujuan dakwah yaitu untuk mengubah keadaan yang tidak islami agar bisa mendekatkan diri kepada Allah Swt (Abdurahman, 2002:247). Adapun tujuan dakwah dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. Menegakkan keyakinan “*tauhid*” yang murni sesuai dengan ajaran Allah SWT.
- b. Menyerukan kepada orang kafir agar memeluk islam.
- c. Menyerukan kepada orang Islam agar menerapkan hukum Islam secara total.
- d. Menegakkan kemakrufan dan mencegah kemungkaran, yang meliputi semua bentuk kemakrufan dan semua bentuk kemungkaran.

- e. Menyebarluaskan ajaran-ajaran Islam yang bersumber pada Al-Quran, kitab Allah yang terakhir diturunkan untuk umat manusia dan seluruh rasul.
- f. Memujudkan amalan-amalan Islam dalam kehidupan perseorangan, keluarga, dan masyarakat.

Dari pengertian tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa tujuan dakwah yaitu mempertemukan kembali fitrah manusia dengan agama atau menyadarkan manusia supaya mengakui kebenaran Islam dan mengamalkan ajaran Islam supaya menjadi orang baik (Dermawan , 2002:9).

6. Analisis Isi

Sesuai dengan namanya, analisis isi adalah analisis yang dipakai untuk mengukur aspek-aspek tertentu dari isi yang . Prosedurnya adalah dengan jalan mengukur atau menghitung aspek dari isi (content) dan menyajikannya secara kuantitatif. Analisis isi (kuantitatif) yang dipakai hanya memfokuskan pada bahan yang tersurat saja. Peneliti meng-coding (memberi tanda) apa yang dilihat (berupa suara, tulisan di surat kabar, gambar di televisi dan film).

Penelitian menggunakan analisis isi kuantitatif harus dikerjakan secara objektif. Ini berarti bias subjektivitas peneliti harus dihilangkan. Syarat objektif baru dapat dilakukan oleh peneliti bila tersedia kategori analisis yang telah didefinisikan secara jelas dan operasional sehingga

peneliti lain dapat mengikutinya dengan reliabilitas tinggi temuan yang sama jika kategori yang dipakai benar. Analisis kuantitatif mengutamakan ketepatan dalam mengidentifikasi isi pernyataan seperti penghitungan, penyebutan, yang berulang-ulang dari kata-kata yang tertentu (Eriyanto, 2011: 1).

Analisis isi merupakan salah satu metode utama dalam disiplin ilmu komunikasi. Analisis isi adalah metode ilmiah untuk mempelajari dan menarik kesimpulan atas suatu fenomena dengan memanfaatkan dokumen (teks). Penggunaan analisis isi terdapat dalam tiga aspek. *Pertama*, analisis isi ditempatkan sebagai metode utama. *Kedua*, analisis isi dipakai sebagai salah satu metode saja dalam penelitian. *Ketiga*, analisis isi dipakai sebagai bahan pembandingan untuk menguji kesahihan dari kesimpulan yang telah didapat dari metode lain (Eriyanto, 2011: 11).

Semua teori tentang makna, semua teori tentang gejala simbolik, termasuk teori tentang isi pesan, sama dalam hal yang berhubungan dengan keterkaitan data dengan konteksnya. Dalam pengertian yang paling mendasar, data merupakan stimulus atau sarana tanda, seperti tanda hitam dan putih diatas kertas. Meskipun demikian, sebagian besar perhatian terhadap makna bermula dengan tingkat abstraksi yang lebih tinggi, seperti dokumen-dokumen tertulis, film dialog-dialog verbal, dan lukisan untuk menyebut sebagian kecil saja. Konteks adalah lingkungan data (Krippendorf, 1993: 20).

Dalam melakukan analisis isi, minat dan pengetahuan analis menentukan konstruksi konteks untuk menarik inferensi. Karena itu perlu mengetahui asal-usul data, dan mengungkapkan asumsinya tentang bagaimana data dan lingkungannya berinteraksi. Dia harus dapat membedakan antara dua jenis pengetahuan. Pertama, pengetahuan tentang sesuatu yang sifatnya berubah-ubah atau tidak tetap. Kedua, pengetahuan tentang sesuatu yang menggambarkan keterkaitan yang pasti antara berbagai variabel yang tidak berubah-ubah, tetap, atau tertentu. Sebagaimana semua pengetahuan, perbedaan ini akan berubah dari waktu ke waktu. Sesungguhnya analisis isi memanfaatkan data yang tersedia dan pengetahuan tentang konfigurasi-konfigurasi yang tetap untuk menyingkap ketidakpastian tentang pola-pola yang berubah dalam konteks datanya (Krippendorff, 1993: 24).

Dalam analisis isi, jenis pembuktian yang diperlukan untuk mengkaji kesahihan hasilnya harus dispesifikan terlebih dahulu sehingga cukup jelas, agar uji kesahihan (validasi) dapat dipahami. Walaupun analisis isi adalah pembuktian langsung tentang gejala yang menjadi perhatian itu tidak nampak dan harus diinferensikan, paling tidak kriteria untuk sebuah validasi hasil harus jelas sehingga inferensi tersebut benar-benar akurat (Krippendorff, 1993: 27).

F. Definisi konseptual

Definisi konseptual adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan secara abstrak dari kejadian-kejadian, keadaan, kelompok atau individu-individu tertentu. Hal-hal tersebutlah yang menjadi pusat perhatian ilmu sosial (Effedi, 1989: 33). Jadi definisi konsep juga memiliki arti apa adanya dasar-dasar konsep yang jelas bagi unsur-unsur masalah yang akan diteliti. Definisi konseptual dalam penelitian adalah:

1. Muhammad Natsir, dalam tulisannya yang berjudul “Fungsi dakwah Islam dalam rangka perjuangan” mendefinisikan dakwah sebagai usaha-usaha menyerukan dan menyampaikan kepada perorangan manusia dan seluruh umat konsepsi Islam tentang pandangan dan tujuan hidup manusia di dunia ini, yang meliputi Akidah ajaran yang berhubungan dengan kepercayaan, Ibadah *Amar ma'ruf nahi munkar*, muamalah perikehidupan perseorangan, bermasyarakat, dan bernegara, dan melahirkan tabiat tingkah laku atau akhlak (Shaleh, 1997: 19).

Berikut kategori dakwah:

- a. Aqidah adalah ajaran yang berhubungan dengan kepercayaan. Berpangkal pada keyakinan “tauhid” yaitu keyakinan tentang wujud Allah dan tidak ada yang menyekutunya baik dalam zat, sifat-sifat maupun perbuatannya (Basyir, 1988: 43).
- b. Ibadah adalah Ibadah adalah segala bentuk perintah dan larangan syariat yang mengatur hubungan seseorang muslim dengan Tuhannya dengan menjalankan atau menaati perintah-perintahNya dan menjahui

seluruh laranganNya. Allah berfirman dalam Al-Qur'an surat Adz-Dzariyat "*Tidaklah aku menciptakan jin dan manusia kecuali untuk beribadah kepadaKu*" (QS Adz-Dzariyat 51-56).

- c. Muamalah adalah Muamalah adalah aturan agama yang mengatur hubungan manusia dengan kehidupannya, dapat ditemukan antara lain dalam hukum Islam tentang mata pencaharian dan rezeki yang dihalalkan dan yang diharamkan (Zuhdi, 1993: 3).
 - d. Akhlaq berarti budi pekerti, perangai, tingkah laku atau tabi'at (Jatmika, 1987: 25). Dalam kepustakaan, akhlaq diartikan juga sikap yang melahirkan perbuatan. Budi pekerti, perangai, tingkah laku atau tabi'at, kita ketahui maknanya dalam percakapan sehari-hari namun, agar lebih jelas, tidak ada salahnya kalau dituliskan juga diantaranya dalam uraian ini. Budi pekerti adalah kata majemuk perkataan budi dan pekerti, gabungan kata yang berasal dari bahasa sansekerta dan bahasa Indonesia. Dalam bahasa sansekerta budi artinya alat kesadaran (batin), sedang dalam bahasa Indonesia pekerti berarti kelakuan (Daud 2010: 345).
2. Analisis isi adalah suatu teknik penelitian untuk membuat inferensi-inferensi yang dapat ditiru (*replicable*) dan sah data dengan memperhatikan konteksnya (Krippendorf, 1993: 15). Analisis isi digunakan untuk memperoleh keterangan dari isi komunikasi yang disampaikan dalam bentuk lambing. Analisis isi dapat digunakan untuk

menganalisis semua bentuk komunikasi antara lain surat kabar, buku, puisi, lagu, musik, film, dan sebagainya (Rakhmat, 2005: 89).

G. Definisi Operasional

Berdasarkan definisi konseptual, peneliti mengambil indikator-indikator yang ada dalam film sang pencerah dimana peneliti mengambil scene yang mengandung aspek dakwah, aspek tersebut antara lain: aqidah, ibadah, muamalah, dan akhlaq yang terdapat dalam film Sang Pencerah.

1. Aqidah yang mempunyai arti berpangkal pada keyakinan “Tauhid” yaitu keyakinan tentang wujud Allah, Tuhan Yang Maha Esa tidak ada yang menyekutuiNya baik dalam zat sifat-sifat maupun perbuatan-perbuatanNya. Secara teknisnya adalah iman atau keyakinan. Dalam film Sang pencerah aspek aqidah disimbolkan peneliti antara lain:
 - a. Menolak sesajian.
 - b. *Padusan*
 - c. *Yasinan*.
2. Ibadah yang pengertiannya taat, tunduk, turut, ikut, dan doa. Ibadah dalam makna taat atau menaati perintah-Nya. Aspek ibadah disimbolkan peneliti antara lain:
 - a. Menggunakan media peta dan kompas untuk menentukan arah kiblat.
 - b. Menggeser arah kiblat.
 - c. Menjadi khotib.
 - d. Menunaikan ibadah haji.

- e. Tarawih.
 - f. Menyampaikan syiar Islam.
3. Muamalah yang pengertiannya mengatur hubungan antara manusia dengan kehidupannya, dapat kita jumpai antara lain dalam hukum Islam tentang makanan, minuman dan pakaian (kebutuhan pokok), pekerjaan, rezeki yang dihalalkan dan yang diharamkan. Ruang lingkup muamalah sangat luas sebab dapat mengenai segala aspek kehidupan manusia, misalnya bidang politik, hukum dan ekonomi. Aspek muamalah yang disimbolkan peneliti antara lain:
- a. Bergabung dengan BU (Budi Utomo).
 - 2) Jual-beli.
 - 3) Mendirikan Muhammadiyah.
4. Akhlak yang pengertian bersangkutan dengan cabang ilmu bahasa yang menyelidiki asal-usul kata serta perubahan dalam bentuk dan makna antara lain budi pekerti, perangai, tingkah laku/ tabi'at (Rachmat, 1987: 25). Dalam kepustakaan akhlak diartikan juga sikap yang melahirkan perbuatan. Nilai akhlak yang disimbolkan peneliti antara lain:
- a. Menahan amarah.
 - b. Tabah menghadapi cobaan

H. Kerangka Berfikir

Dakwah (amar ma'ruf nahi munkar)

Merupakan kewajiban bagi umat muslim, hal ini tercantum dalam Al-Qur'an :

“Dan hendaklah ada diantaramu segolongan umat yang mengajak pada kebaikan dan memerintah yang ma'ruf dan mencegah kemunkaran. Mereka adalah orang-orang yang bahagia'. (QS. Ali Imran:110).



Dakwah berasal dari bahasa Arab yang berarti memanggil, menamakan, mengundang, menyeru, mengajak untuk mencapai tujuan tertentu (Kafie, 1993: 29). Dalam Al-Quran juga dijelaskan dalam firman Allah surat :

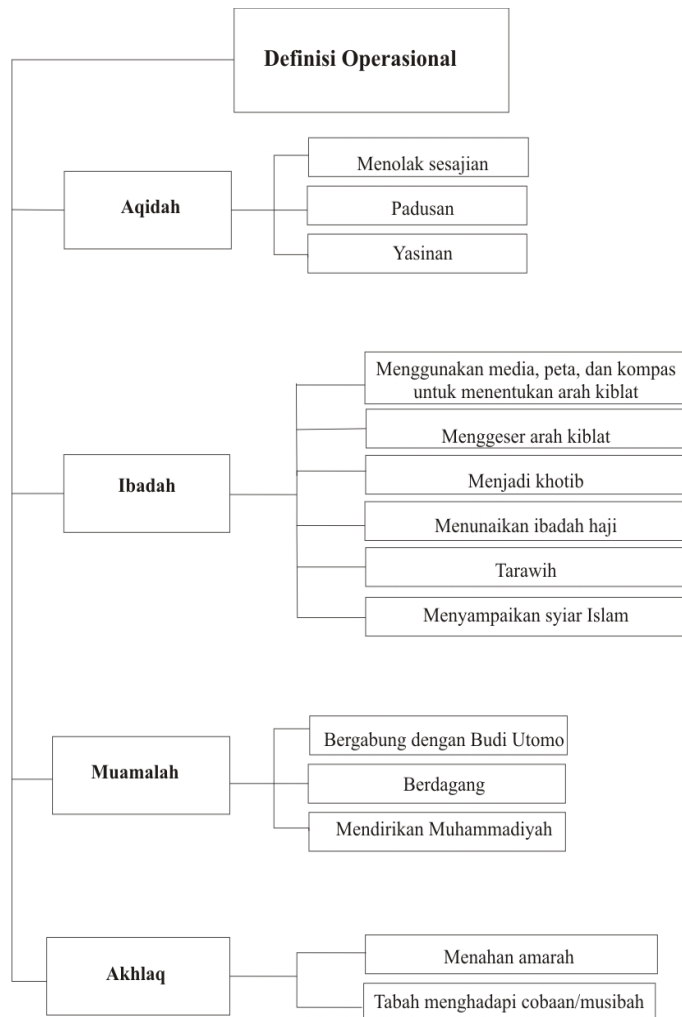
An-Nahl ayat 125 “Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang menegtahui tentang siapa yang tersesat dari jalanNya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk”.



Menurut Hafidz Abdurahman, dalam buku diskursus Islam politik dan spiritual, bahwa tujuan dakwah Islam yaitu untuk mendekatkan diri kepada Allah Swt. Adapun tujuan tersebut antara lain:

1. Menyerukan orang kafir agar memeluk Islam
2. Menyerukan kepada orang Islam agar menjalankan ajaran agama sesuai dengan kai'dahnya yang berlandaskan Al-Qur'an dan hadist
3. Menegakkan kemakfuran dan mencegah kemungkaran, yang meliputi semua bentukkemakrufan dan semua bentuk kemungkaran, baik yang dilakukan pribadi, kelompok, maupun negara

Definisi Operasional



I. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif, yaitu suatu metode untuk mendeskripsikan hasil penelusuran informasi ke fakta yang diolah menjadi statistik data. Tujuan dari penggunaan jenis penelitian ini adalah menggambarkan sistematika fakta atau karakteristik secara faktual dan seksama (Rakhmat, 1998: 24).

2. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis isi.

Definisi analisis isi menurut Klaus Krippendorff:

“Analisis isi adalah suatu teknik penelitian untuk membuat inferensi-inferensi yang dapat ditiru (*replicabel*) dan sah data dengan memperhatikan konteksnya” (Krippendorff, 1993: 15).

Secara Intuitif, analisis isi dapat dikarakteristikan sebagai metode penelitian makan simbolik pesan-pesan. Pesan dan komunikasi simbolik umumnya berkaitan dengan gejala-gejala yang tidak teramati secara langsung. Sifat seolah-olah mengalami sendiri dari komunikasi simboliklah yang memaksa penerima menghubungkan data indrawi dengan lingkungan empirisnya inilah yang dimaksud dengan data konteks (Krippendorff, 1993: 15-18).

Definisi analisis isi menurut Barelson:

“Analisis isi adalah teknik untuk mendiskripsikan secara obyektif, sistematik dan kuantitatif isi komunikasi yang tampak (*manifest*)” (krippendorff, 1993: 16).

Dalam definisinya, Barelson memilih atribut “Nampak (*manifest*)” hanya untuk menjamin agar pengkodean (*coding*) data dalam analisis isi dapat diverifikasi secara inter-subyektif dan handal. Definisinya telah membuat banyak ilmuwan yang percaya bahwa isi yang tak tampak (*latent*) tidak perlu dianalisis.

Sedangkan menurut Holsti dan Stone:

“Analisis isi adalah sebuah teknik penelitian untuk membuat inferensi-inferensi dengan mengidentifikasikan secara sistematis dan obyektif karakteristik-karakteristik khusus dalam teks” (Krippendorff, 1993: 19).

3. Sumber Data

Teknik pengumpulan data diperlukan untuk mendapatkan data yang relevan dan objektif dalam proses pengumpulan data. Adapun dalam penelitian ini sumber data yang digunakan yaitu :

- a. Dokumentasi untuk pencarian data primer. Data primer merupakan data utama dalam penelitian ini. Data primer diambil dari data-data yang terdokumentasi dari keseluruhan populasi dari media yang diteliti, yaitu Film Sang Pencerah, sehingga memudahkan dalam proses pencatatan scene yang mengandung kecenderungan dakwah yang terdapat dalam film tersebut.
- b. Studi kepustakaan adalah penggalian teori untuk mengumpulkan data yang berkaitan dengan masalah yang akan diteliti. Studi pustaka adalah elemen penting dalam penelitian, tanpa adanya literatur pendukung

maka data akan sulit diperoleh. Studi pustaka diperoleh dari buku, makalah, internet, serta sumber-sumber yang terkait lainnya.

4. Unit Analisis Penelitian

Unit analisis penelitian adalah upaya untuk menetapkan gambaran bentuk pesan yang akan diteliti. Terhadap unit analisis ini perlu ditentukan kategorinya dan sifat inilah yang akan dihitung, sehingga kuantifikasi atas pesan sebenarnya dilakukan kategori ini (Siregar, 1996: 17).

Unit analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah kecenderungan dakwah yang muncul dalam film dengan kategori penelitian yang sudah dibahas sebelumnya. Kategori tersebut dipilih karena berdasarkan pengertiannya dianggap paling tepat untuk digunakan dalam analisis isi dan dapat menghindarkan subyektifitas penelitian dalam memaknai pesan yang akan diteliti. Kategori unit analisis dan operasional penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel. 1

Unit Analisis Penelitian

Variabel	Dimensi	Operasional
Aqidah	1. Menolak sesajian 2. Padusan 3. Yasinan	Aqidah adalah berpangkal pada keyakinan “Tauhid” yaitu tentang wujud Allah, Tuhan Yang

		<p>Maha Esa, tidak ada yang menyekutuiNya, baik dalam zat, sifat-sifat maupun perbuatanNya (Basyir, 1988: 43). Ditautkan dengan rukun iman yang menjadi asas seluruh ajaran islam karena kedudukannya sangat sentral dan fundamental.</p>
Ibadah	<ol style="list-style-type: none"> 1. Media peta dan kompas untuk menentukan arah kiblat 2. Menggeser arah kiblat sholat 3. Menjadi Khotib 4. Menunaikan ibadah haji 	<p>Ibadah adalah segala bentuk perintah dan larangan syariat yang mengatur hubungan seseorang muslim dengan Tuhannya dengan menjalankan atau menaati perintah perintahNya dan menjahui seluruh laranganNya. Allah</p>

	<p>5. Tarawih</p> <p>6. Menyampaikan syiar Islam</p>	<p>berfirman dalam Al-Qur'an surat Adz-Dzariyat "<i>Tidaklah aku menciptakan jin dan manusia kecuali untuk beribadah kepadaKu</i>" (QS Adz-Dzariyat 51-56).</p>
Muamalah	<p>1. Bergabung dengan Budi Utomo</p> <p>2. Jual-beli</p> <p>3. Mendirikan Muhammadiyah</p>	<p>Muamalah adalah mengatur hubungan antara manusia dengan kehidupannya, dapat kita jumpai antara lain dalam hukum Islam tentang makanan, minuman dan pakaian (kebutuhan pokok), pekerjaan, rezeki yang dihalalkan dan yang diharamkan.</p>

Akhlak	1. Menahan amarah 2. Tabah dalam menghadapi cobaan/musibah	Akhlak berarti budi pekerti, perangai, tingkah laku atau tabi'at (Jatmika, 1987: 25).
--------	---	---

5. Realibilitas

Reliabilitas dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia diartikan sebagai sesuatu yang bersifat reliabel (bersifat andal) atau ketelitian dan ketepatan teknik pengukuran. Reliabilitas sangat penting dalam analisis isi. Kaplan dan Goldsen dalam Eriyanto mengatakan pentingnya reliabilitas terletak pada jaminan yang diberikannya bahwa data yang diperoleh independen dari peristiwa, instrumen atau orang yang mengukurnya.

Tes reabilitas dilakukan oleh dua koder yaitu peneliti sendiri dan pengkoder lain yang dimaksudkan sebagai perbandingan hasil perhitungan data penelitian sehingga kebenarannya terjaga. Dalam penelitian ini yang menjadi pengkoder ke-2 adalah Adi Puspita Hermawan, seorang mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi angkatan 2008. Pemilihan didasarkan pada pendidikan yang ditekuni dalam bidang komunikasi serta ketertarikan menonton film yang mengandung unsur religi ditambah pengalaman organisasi yang digeluti menjadi redaktur pelaksana dan fotografer di LPM (Lembaga Pers Mahasiswa) Pabelan, pengkoder 2 mempunyai kapabilitas yang memadai untuk menjadi pengkoder.

Data yang diperoleh dari kedua pengkoder akan dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

Rumus Holsti:

$$CR = \frac{2M}{N1+N2}$$

CR = Koefisien Reliabilitas

M = Jumlah koding yang sama (disetujui masing-masing koder)

N1 = Jumlah koding yang dibuat oleh koder 1

N2 = Jumlah koding yang dibuat oleh koder 2

Hasil tes uji realibilitas yang mencapai antara 70%-80% menurut Laswell, sudah cukup handal dianggap sebagai prosentase atau kesesuaian yang layak meski belum ada kesepakatan mengenai standart angka realibilitas (Ritonga, 2004: 87).

6. Generalisasi

Kesimpulan diambil berdasarkan frekuensi dan presentase atas hasil data-data yang telah diteliti. Klaus Krippendorf mengatakan bentuk representasi data paling umum yang pada pokoknya membantu meringkaskan fungsi analisis, berkaitan dengan frekuensi adalah frekuensi absolute seperti jumlah kejadian yang ditemukan dalam sampel (Krippendorf, 1993:168). Dengan demikian frekuensi tertinggi menjadi pertimbangan utama untuk menarik kesimpulan.